



| Year | Eurovegummi | bilmerlands | Total |
|------|-------------|-------------|-------|
| 1993 | 3309 | 4792 | 8101 |
| 1994 | 3546 | 5400 | 8946 |
| 1995 | 3434 | 6094 | 9528 |
| 1996 | 3306 | 6872 | 10178 |
| 1997 | 3185 | 7625 | 10810 |
| 1998 | 3102 | 8129 | 11231 |
| 1999 | 3015 | 8708 | 11723 |
| 2000 | 2950 | 9397 | 12347 |
| 2001 | 2485 | 9816 | 12301 |
| 2002 | 2285 | 9840 | 12125 |
| 2003 | 2315 | 9787 | 12102 |
| 2004 | 2163 | 9804 | 11967 |
| 2005 | 2168 | 9872 | 12040 |



1 januari 2003

Aantal bedrijven in Nederland is 12.872

Gemiddeld aantal werknemers per bedrijf is 0,7



3

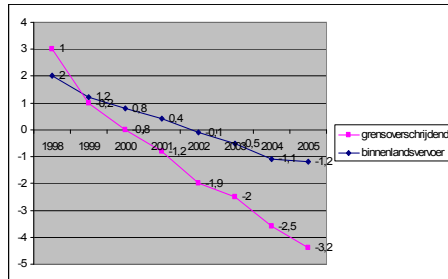
Vervoerprestatie 2000 t/m 2004

| Jaar | grensoverschrijdend | binnenlands | Totaal |
|-----------------|---------------------|-------------|--------|
| 2000 | 45,7 | 24,1 | 69,8 |
| 2001 | 45,3 | 23,9 | 69,2 |
| 2002 | 45,2 | 23,2 | 68,4 |
| 2003 | 44,7 | 22,9 | 67,6 |
| 2004 (prognose) | 49,2 | 24,5 | 73,7 |

Bron: NIM/OCBS



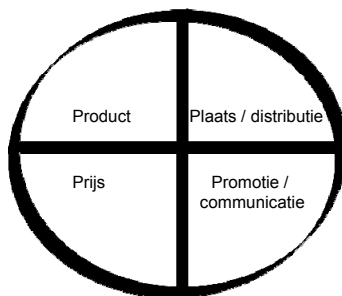
Lage rentabiliteit in het wegvervoer



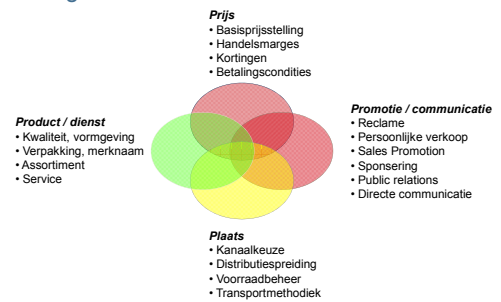
Bedrijfskolom



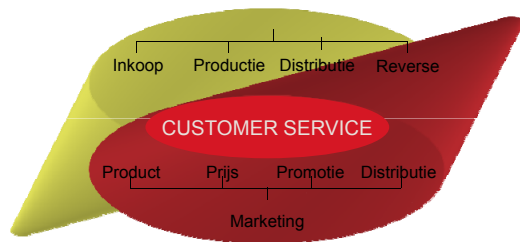
Vier P's



Marketing instrumenten

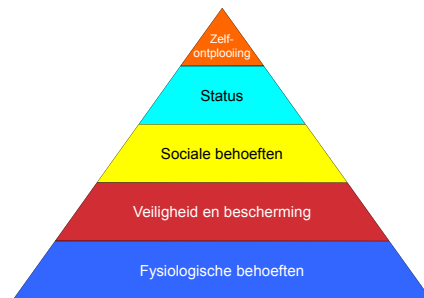


Customer Service



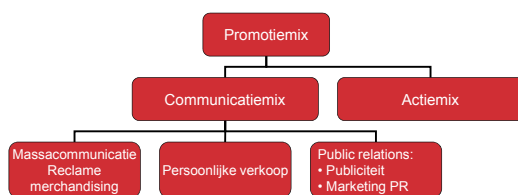
9

Behoeftepiramide van Maslov



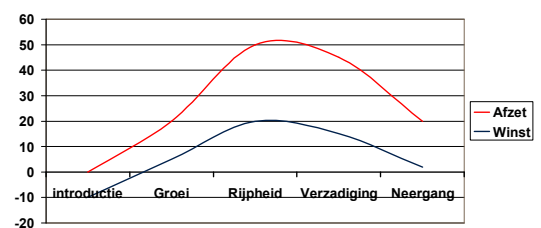
10

Promotiemix



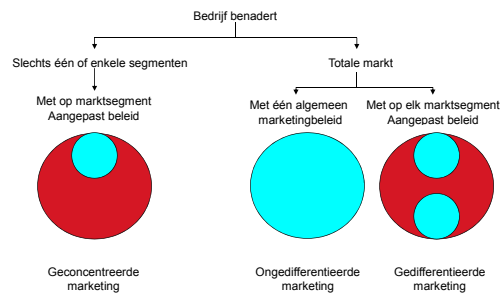
11

Levenscyclus product



12

Differentiatie



13

Groeimatrix Ansoff

| Groeimatrix Van Ansoff | Huidige markt | Voor het bedrijf nieuwe markt |
|--------------------------------|---------------------|-------------------------------|
| Huidig product | Marktpenetratie | Marktontwikkeling |
| Voor het bedrijf nieuw product | Productontwikkeling | Diversificatie |



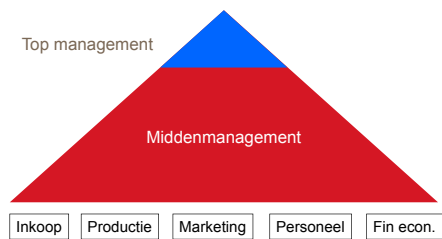
14

Relatief marktaandeel



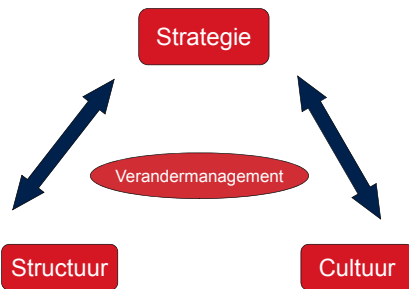
15

Management opbouw



16

Verander management



17

Ondernemersplan

- Stap 1: Marketingplan
 1. Strategisch profiel
 2. Sterkten & zwakten
 3. Strategische kloof
 4. Strategische alternatieven
 5. Evaluatie en keuze aan de hand van ondernemingsdoelstellingen
 6. Opstellen plannen functionele deelgebieden
- Stap 2: Financieel plan
- Stap 3: Naar de bank
- Stap 4: Formaliteiten en instanties



18

Externe analyse (macro- en mesoniveau)

- Economische factoren
- Demografische factoren
- Institutionele factoren
- Geografische factoren
- Sociaal culturele factoren
- Technologische factoren
- Politiek juridische factoren
- Financiële omgevingsfactoren (macro)
- Ontwikkelingen op de inkoop- en afzetmarkt
- Arbeids- en kapitaalmarkt



19

Interne analyse (microniveau)

- Huidige strategie (missie, visie, organisatie-doelstellingen, business definition)
- Productiebeleid
- Financieel beleid
- Personeelsbeleid
- Inkoopbeleid
- Marketingbeleid
- Organisatiestructuur (en -cultuur)
- Stijl van leidinggeven
- Kwaliteit van personeel
- Vergelijking bereikte positie en gewenste positie



20

SWOT analyse

